

**BRUNO MIRAGEM**

**CURSO DE DIREITO  
DO CONSUMIDOR**

**9<sup>a</sup>**  
edição **revista,  
atualizada  
e ampliada**



- O autor deste livro e a editora empenharam seus melhores esforços para assegurar que as informações e os procedimentos apresentados no texto estejam em acordo com os padrões aceitos à época da publicação, e todos os dados foram atualizados pelo autor até a data de fechamento do livro. Entretanto, tendo em conta a evolução das ciências, as atualizações legislativas, as mudanças regulamentares governamentais e o constante fluxo de novas informações sobre os temas que constam do livro, recomendamos enfaticamente que os leitores consultem sempre outras fontes fidedignas, de modo a se certificarem de que as informações contidas no texto estão corretas e de que não houve alterações nas recomendações ou na legislação regulamentadora.
- Fechamento desta edição: 06.09.2023
- O Autor e a editora se empenharam para citar adequadamente e dar o devido crédito a todos os detentores de direitos autorais de qualquer material utilizado neste livro, dispondo-se a possíveis acertos posteriores caso, inadvertida e involuntariamente, a identificação de algum deles tenha sido omitida.
- **Atendimento ao cliente: (11) 5080-0751 | faleconosco@grupogen.com.br**
- Direitos exclusivos para a língua portuguesa  
*Copyright © 2024 by*  
**Editora Forense Ltda.**  
*Uma editora integrante do GEN | Grupo Editorial Nacional*  
Travessa do Ouvidor, 11 – Térreo e 6º andar  
Rio de Janeiro – RJ – 20040-040  
www.grupogen.com.br
- Reservados todos os direitos. É proibida a duplicação ou reprodução deste volume, no todo ou em parte, em quaisquer formas ou por quaisquer meios (eletrônico, mecânico, gravação, fotocópia, distribuição pela Internet ou outros), sem permissão, por escrito, da Editora Forense Ltda.
- Esta obra passou a ser publicada pela Editora Forense a partir da 9ª edição.
- Capa: Fabricio Vale
- **CIP – BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE.**  
**SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ.**

M636c  
Miragem, Bruno

Curso de direito do consumidor / Bruno Miragem. - 9. ed. - Rio de Janeiro: Forense, 2024.  
1304 p. ; 24 cm.

Inclui bibliografia e índice  
ISBN 978-65-5964-884-9



1. Defesa do consumidor - Legislação - Brasil. 2. Brasil.  
[Código de defesa do consumidor (1990)]. I. Título.

23-85793

CDU: 34 366.542(81)

Meri Gleice Rodrigues de Souza – Bibliotecária – CRB-7/6439

# SUMÁRIO

<b>PARTE I – FUNDAMENTOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR</b> .....	1
<b>1. Origens Históricas do Direito do Consumidor</b> .....	3
1.1 O direito do consumidor e o direito privado clássico.....	5
1.2 O direito do consumidor e os novos direitos.....	10
1.3 O microsistema do direito do consumidor .....	11
<b>2. Fundamento Constitucional do Direito do Consumidor Brasileiro</b> .....	15
2.1 A defesa do consumidor como direito fundamental.....	18
2.2 A defesa do consumidor como princípio da ordem constitucional econômica.....	25
2.3 A defesa do consumidor na Constituição da República de 1988 e o Código de Defesa do Consumidor .....	27
2.4 O CDC como lei de ordem pública e interesse social.....	29
2.5 Competências legislativas e executivas dos entes federados de defesa do consumidor .....	34
<b>3. A Situação do Direito do Consumidor no Sistema Jurídico Brasileiro</b> .....	41
3.1 O direito do consumidor e as outras disciplinas jurídicas.....	41
3.1.1 O direito do consumidor e sua relação com o direito civil.....	41
3.1.2 O direito do consumidor e sua relação com o direito processual.....	45
3.1.3 O direito do consumidor e o direito penal.....	47
3.1.4 O direito do consumidor e o direito administrativo.....	48
3.1.5 O direito do consumidor e o direito empresarial.....	49
3.1.6 O direito do consumidor e o direito da concorrência.....	51
3.1.7 Autonomia do direito do consumidor .....	53
3.2 O direito do consumidor e a ordenação do mercado.....	54
3.2.1 Direito do consumidor e patentes de invenção.....	59
3.2.2 Direito do consumidor e proteção das marcas.....	61
3.2.3 Direito do consumidor e direitos de autor .....	67
3.2.4 Direito do consumidor e livre concorrência.....	71
3.2.4.1 Bem-estar do consumidor no direito da concorrência.....	75

3.2.4.2	Modos de atuação.....	78
3.2.5	Direito do consumidor e defesa do meio ambiente.....	79
3.2.5.1	Desenvolvimento sustentável e qualidade de produtos e serviços.....	82
3.2.5.2	A denominada “responsabilidade pós-consumo”.....	84
3.3	Direito do consumidor e práticas sociais, ambientais e de governança empresarial (ESG).....	87
3.4	Direito do consumidor e <i>compliance</i> .....	90
<b>4.</b>	<b>Princípios Gerais do Direito do Consumidor.....</b>	<b>95</b>
4.1	Princípio da vulnerabilidade.....	95
4.1.1	A vulnerabilidade agravada do consumidor criança.....	99
4.1.2	A vulnerabilidade agravada do consumidor idoso.....	102
4.1.3	A vulnerabilidade agravada do consumidor analfabeto.....	106
4.1.4	A vulnerabilidade agravada do consumidor deficiente.....	109
4.1.5	A vulnerabilidade agravada do consumidor no ambiente digital (vulnerabilidade digital).....	112
4.2	Princípio da solidariedade.....	114
4.3	Princípio da boa-fé.....	118
4.4	Princípio do equilíbrio.....	122
4.5	Princípio da intervenção do Estado.....	124
4.6	Princípio da efetividade.....	125
4.7	Princípio da harmonia das relações de consumo.....	127
4.8	Princípio da prevenção e tratamento do superendividamento.....	127
<b>5.</b>	<b>A Relação Jurídica de Consumo.....</b>	<b>131</b>
5.1	Considerações iniciais.....	131
5.2	A definição jurídica de consumidor.....	132
5.2.1	O consumidor <i>standard</i> .....	132
5.2.2	O consumidor equiparado.....	135
5.2.2.1	O artigo 2º, parágrafo único, do CDC: a coletividade.....	135
5.2.2.2	O artigo 17 do CDC: as vítimas de acidentes de consumo ..	136
5.2.2.3	O artigo 29 do CDC: os expostos às práticas comerciais.....	138
5.2.3	Correntes de interpretação da definição jurídica de consumidor.....	142
5.2.3.1	A interpretação finalista.....	143
5.2.3.2	A interpretação maximalista.....	146
5.2.3.3	O “finalismo aprofundado”.....	149
5.3	A definição jurídica de fornecedor.....	154
5.3.1	O fornecedor como profissional.....	155

5.3.2	O fornecedor como agente econômico no mercado de consumo.....	157
5.4	O objeto da relação jurídica de consumo .....	162
5.4.1	Definição jurídica de produto.....	163
5.4.2	Definição jurídica de serviço .....	167
5.4.3	O problema do serviço público como objeto da relação de consumo.....	172
5.4.4	O critério da remuneração econômica.....	184
5.4.4.1	Remuneração direta.....	185
5.4.4.2	Remuneração indireta .....	185
<b>PARTE II – DIREITO MATERIAL DO CONSUMIDOR .....</b>		<b>187</b>
<b>1.</b>	<b>Os Direitos Básicos do Consumidor .....</b>	<b>189</b>
1.1	Direito à vida .....	191
1.2	Direito à saúde e à segurança.....	192
1.3	Direito à informação.....	194
1.4	Direito à proteção contra práticas e cláusulas abusivas.....	197
1.5	Direito ao equilíbrio contratual .....	198
1.6	Direito à manutenção do contrato.....	205
1.7	Direito à prevenção de danos .....	207
1.8	Direito à efetiva reparação de danos.....	209
1.9	Direito de acesso à justiça .....	213
1.10	Direito à facilitação da defesa dos seus direitos e inversão do ônus da prova..	217
1.11	Direito à prestação adequada e eficaz de serviços públicos.....	225
1.12	Direito à garantia do crédito responsável e preservação do mínimo existencial .....	226
<b>2.</b>	<b>A Proteção Contratual do Consumidor .....</b>	<b>229</b>
2.1	A nova teoria contratual e o direito do consumidor .....	231
2.1.1	A autonomia privada e o contrato de consumo .....	236
2.1.2	Nova visão da relação contratual: o processo obrigacional .....	238
2.1.3	A proteção da confiança nos contratos de consumo.....	239
2.2	A formação do contrato de consumo .....	242
2.2.1	A oferta de consumo e sua eficácia vinculante .....	243
2.2.1.1	Requisitos da oferta de consumo.....	248
2.2.1.2	Solidariedade do fornecedor e seus prepostos e representantes .....	249
2.2.2	O regime jurídico da publicidade .....	252
2.2.2.1	O fundamento constitucional da atividade publicitária .....	255
2.2.2.2	Os princípios da atividade publicitária.....	260
2.2.2.2.1	Princípio da identificação.....	261

	2.2.2.2.2	Princípio da veracidade .....	264
	2.2.2.2.3	Princípio da vinculação .....	266
	2.2.2.3	A eficácia vinculativa da publicidade.....	266
	2.2.2.4	A publicidade ilícita.....	268
	2.2.2.4.1	Publicidade enganosa.....	269
	2.2.2.4.2	Publicidade abusiva .....	274
	2.2.2.5	A publicidade restrita.....	275
	2.2.2.6	Publicidade comparativa.....	278
	2.2.2.7	A publicidade infantil.....	279
	2.2.2.8	Autorregulamentação publicitária.....	283
2.2.3		Eficácia do direito subjetivo à informação do consumidor .....	284
	2.2.3.1	Amplitude do direito à informação do consumidor.....	288
	2.2.3.2	Violação do dever de informar: efeitos para o consumidor.....	292
2.2.4		Efeitos do descumprimento da oferta pelo fornecedor.....	293
	2.2.4.1	Cumprimento específico da obrigação.....	295
	2.2.4.2	Oferecimento de produto ou serviço equivalente.....	295
	2.2.4.3	Rescisão do contrato .....	296
	2.2.4.4	Perdas e danos.....	297
2.3		Execução do contrato de consumo.....	299
	2.3.1	Proteção do consumidor contra práticas abusivas.....	300
	2.3.1.1	Caracterização das práticas abusivas.....	303
	2.3.1.2	Sanções para a violação da proibição de práticas abusivas.....	305
	2.3.1.3	Crterios para interpretação e concreção das condutas definidas como práticas abusivas.....	307
	2.3.1.3.1	Anormalidade ou excesso do exercício da liberdade negocial pelo fornecedor.....	307
	2.3.1.3.2	Dimensão coletiva das práticas abusivas.....	307
	2.3.1.3.3	Deslealdade e violação da boa-fé.....	309
	2.3.1.4	As várias espécies de práticas abusivas tipificadas na lei.....	310
	2.3.1.4.1	Condicionamento do fornecimento de produto ou serviço (venda casada).....	310
	2.3.1.4.2	Recusa de fornecimento .....	315
	2.3.1.4.3	Envio de produto ou oferecimento de serviço não solicitado.....	316
	2.3.1.4.4	Aproveitamento da vulnerabilidade agravada do consumidor .....	317
	2.3.1.4.5	Exigência de vantagem manifestamente excessiva .....	318

2.3.1.4.6	Execução de serviços sem elaboração de orçamento prévio.....	320
2.3.1.4.7	Divulgação de informações depreciativas decorrente do exercício do direito pelo consumidor...	322
2.3.1.4.8	Oferecimento no mercado de produto ou serviço em desacordo com normas técnicas .....	322
2.3.1.4.9	Recusa de fornecimento mediante pronto pagamento .....	324
2.3.1.4.10	Elevação de preço sem justa causa (aumento arbitrário) .....	326
2.3.1.4.11	Aplicação de fórmula ou índice de reajuste diverso do previsto na lei ou no contrato.....	331
2.3.1.5	Proibição da discriminação injusta do consumidor.....	332
2.3.1.5.1	Discriminação e recusa a contratar.....	336
2.3.1.5.2	Discriminação e diferenciação ao contratar .....	339
2.3.2	Proteção do consumidor e cobrança de dívidas.....	343
2.3.2.1	Limites do exercício do direito de crédito pelo fornecedor ..	346
2.3.2.2	Cobrança indevida de dívida.....	347
2.3.3	Bancos de dados e cadastros de consumidores.....	350
2.3.3.1	Noções introdutórias: distinção entre bancos de dados e cadastros de consumidores.....	351
2.3.3.2	A regulação dos bancos de dados e cadastros de consumidores pelo CDC.....	354
2.3.3.3	Espécies de bancos de dados.....	359
2.3.3.4	Cadastros de consumidores.....	361
2.3.3.5	Inclusão do consumidor no banco de dados: o direito à comunicação.....	362
2.3.3.6	Direitos do consumidor perante sua inclusão no banco de dados .....	364
2.3.3.6.1	Direito de acesso à informação.....	365
2.3.3.6.2	Direito à correção da informação.....	366
2.3.3.6.3	Direito à retificação da informação.....	367
2.3.3.6.4	Direito à exclusão da informação.....	369
2.3.3.7	Prazos de manutenção e divulgação das informações em banco de dados.....	370
2.3.3.8	Bancos de dados de informações positivas (“cadastro positivo de crédito”).....	371
2.3.3.8.1	Abertura do cadastro e inclusão das informações de crédito.....	374

2.3.3.8.2	Conteúdo das informações arquivadas nos “cadastros positivos de crédito” .....	375
2.3.3.8.3	Direitos do consumidor em relação às informações arquivadas.....	377
2.3.3.8.4	Deveres dos fornecedores de crédito (fontes) .....	381
2.3.3.8.5	Deveres do gestor do banco de dados.....	382
2.3.3.8.6	Origem dos dados e compartilhamento das informações .....	384
2.3.3.8.7	Responsabilidade da fonte, do gestor do banco de dados e do consulente.....	385
2.3.3.8.8	Temporalidade das informações.....	386
2.3.3.9	Sistemas de pontuação de crédito ( <i>scoring</i> ) .....	387
2.3.4	O regime das cláusulas abusivas nos contratos de consumo.....	391
2.3.4.1	Natureza jurídica das cláusulas abusivas no CDC.....	395
2.3.4.2	Eficácia da proteção do consumidor contra cláusulas abusivas .....	400
2.3.4.2.1	Nulidade de pleno direito .....	400
2.3.4.2.2	Redução do negócio jurídico.....	407
2.3.4.3	Controle das cláusulas abusivas e legitimação processual.....	408
2.3.4.4	Tipologia das cláusulas abusivas no CDC.....	410
2.3.4.5	Principais espécies de cláusulas abusivas .....	413
2.3.4.5.1	Cláusulas de limitação ou exoneração de responsabilidade civil .....	413
2.3.4.5.2	Cláusulas de renúncia ou disposição de direitos .....	415
2.3.4.5.3	Cláusulas de decaimento, controle da cláusula penal e outros efeitos do inadimplemento.....	416
2.3.4.5.4	Cláusulas que violem o equilíbrio contratual: o controle dos juros contratados .....	418
2.3.4.5.5	Cláusulas que violem o equilíbrio contratual: controle <i>in concreto</i> pelo juiz.....	423
2.3.4.5.6	Cláusulas de inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor.....	428
2.3.4.5.7	Cláusulas que condicionem ou limitem o acesso ao Poder Judiciário .....	429
2.3.4.5.8	Cláusulas-mandato.....	432
2.3.4.5.9	Cláusulas potestativas.....	434
2.3.4.5.10	Cláusulas-surpresa .....	435
2.3.5	Interpretação dos contratos de consumo.....	437
2.4	Extinção do contrato de consumo e seus efeitos .....	441



2.4.1	Direito de arrependimento do consumidor .....	441
2.4.2	Adimplemento contratual .....	443
2.4.3	Inadimplemento contratual e direito à resolução.....	444
2.4.3.1	Obstáculo ao direito de resolução: direito à manutenção do contrato.....	447
2.4.3.2	Obstáculo ao direito de resolução: direito à revisão do contrato .....	449
2.4.4	Extinção do contrato e eficácia pós-contratual .....	450
2.5	As várias espécies de contratos de consumo .....	451
2.5.1	Compra e venda de consumo.....	451
2.5.2	Contratos imobiliários.....	452
2.5.2.1	Cláusulas abusivas nos contratos imobiliários.....	454
2.5.2.2	O dever de informar nos contratos imobiliários .....	459
2.5.2.3	Extinção do contrato: resolução por inadimplemento e resilição.....	462
2.5.2.4	Direito de arrependimento.....	467
2.5.3	Contratos bancários e financeiros.....	467
2.5.3.1	Distinção entre serviços e operações bancárias: irrelevância para aplicação do CDC aos contratos bancários .....	473
2.5.3.2	Expansão do crédito e proteção do consumidor .....	474
2.5.3.3	Principais contratos bancários e financeiros de consumo .....	478
2.5.3.3.1	Mútuo bancário .....	479
2.5.3.3.1.1	Disciplina legal dos juros contratados .....	479
2.5.3.3.1.2	Comissão de permanência .....	482
2.5.3.3.1.3	Pagamento antecipado e multa por inadimplemento.....	485
2.5.3.3.2	Contrato de abertura de crédito .....	486
2.5.3.3.3	Contratos de conta-corrente e depósito .....	493
2.5.3.3.4	Contratos de cartão de crédito.....	496
2.5.4	Contratos de planos de assistência e seguro de saúde.....	501
2.5.4.1	Plano de assistência à saúde e regulação da ANS.....	504
2.5.4.2	O interesse útil do consumidor e a natureza dos contratos de planos de assistência à saúde .....	504
2.5.4.2.1	Rol de procedimentos e eventos em saúde suplementar .....	508
2.5.4.2.2	Exclusão de doenças preexistentes.....	513
2.5.4.2.3	Rede credenciada .....	514

2.5.4.3	Controle das cláusulas e práticas abusivas nos planos de assistência à saúde.....	518
2.5.4.4	Planos de saúde coletivos e relação de trabalho.....	526
2.5.5	Contratos de seguro.....	527
2.5.5.1	Características do contrato de seguro como contrato de consumo.....	529
2.5.5.2	Deveres do segurador-fornecedor na contratação do seguro.....	536
2.5.5.3	Formação do contrato de seguro.....	539
2.5.5.4	Direito do consumidor e regulação do sinistro.....	541
2.5.5.5	Controle de conteúdo do contrato e as cláusulas limitativas da obrigação de indenizar do segurador.....	544
2.5.5.6	Prazos para exercício da pretensão pelo consumidor.....	555
2.5.6	Contratos de consórcio.....	556
2.5.6.1	Características do contrato de consórcio.....	557
2.5.6.2	Equilíbrio econômico do contrato de consórcio e o direito do consumidor.....	558
2.5.6.3	Da resolução do contrato por desistência ou inadimplemento do consorciado .....	559
2.5.7	Contratos de previdência complementar privada .....	561
2.5.7.1	Características dos contratos de previdência complementar privada.....	564
2.5.7.2	Dever de informar nos contratos de previdência complementar privada.....	567
2.5.7.3	Prazo prescricional para exercício da pretensão de correção ou atualização de valores.....	569
2.5.8	Contratos de transporte .....	570
2.5.8.1	Características do contrato de transporte como contrato de consumo.....	573
2.5.8.2	Responsabilidade do transportador .....	575
2.5.8.3	Contratos de transporte aéreo e terrestre.....	578
2.5.8.4	Os programas de fidelidade no transporte aéreo.....	582
2.5.9	Contratos de serviços turísticos.....	584
2.5.10	Contratos de hospedagem.....	590
2.5.10.1	Disciplina legal do contrato de hospedagem.....	591
2.5.10.2	Cobrança de dívida e penhor legal de bagagens .....	597
2.5.11	Contratos de serviços educacionais .....	598
2.5.12	Contratos de serviços de telecomunicação.....	606
2.5.12.1	Proteção do consumidor de serviços de telecomunicação na fase pré-contratual .....	609

2.5.12.2	Proteção do consumidor dos serviços de telecomunicação na execução do contrato.....	610
<b>3.</b>	<b>Responsabilidade Civil do Fornecedor.....</b>	<b>615</b>
3.1	Noções introdutórias.....	616
3.1.1	Fundamento da responsabilidade civil na sociedade de consumo de massas: a proteção dos interesses legítimos dos consumidores .....	617
3.1.2	Tendência contemporânea da responsabilidade civil: abandono do critério da culpa.....	619
3.1.3	Novos critérios de imputação da responsabilidade: entre o risco e a vantagem econômica da atividade .....	621
3.2	Responsabilidade civil pelo fato do produto e do serviço .....	622
3.2.1	Definição .....	625
3.2.2	Critério de identificação.....	626
3.2.3	Requisitos.....	629
3.2.3.1	Conduta .....	633
3.2.3.2	Defeito.....	635
3.2.3.2.1	Defeitos de projeto ou concepção .....	637
3.2.3.2.2	Defeitos de execução, produção ou fabricação ...	638
3.2.3.2.3	Defeitos de informação ou comercialização .....	642
3.2.3.3	Nexo de causalidade.....	644
3.2.3.4	Dano.....	649
3.2.3.4.1	Danos materiais e morais.....	649
3.2.3.4.2	Danos individuais, coletivos e difusos.....	654
3.2.4	Excludentes de responsabilidade .....	656
3.2.4.1	Não colocação do produto no mercado.....	658
3.2.4.2	Inexistência de defeito.....	660
3.2.4.3	Culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.....	662
3.2.4.4	Caso fortuito e força maior como excludentes da responsabilidade civil de consumo.....	669
3.2.5	O risco do desenvolvimento.....	673
3.2.6	Solidariedade da cadeia de fornecimento .....	677
3.2.6.1	Direito de regresso.....	682
3.2.6.2	Responsabilidade subsidiária do comerciante.....	683
3.2.7	O artigo 931 do Código Civil e o CDC.....	684
3.2.8	Responsabilidade dos profissionais liberais por fato do serviço .....	686
3.2.9	Prazo prescricional.....	694
3.3	Responsabilidade por vício do produto ou do serviço.....	699
3.3.1	Definição.....	702

3.3.2	Requisitos.....	706
3.3.3	Solidariedade da cadeia de fornecimento.....	711
3.3.4	Eficácia da responsabilidade por vício do produto.....	718
3.3.4.1	Substituição do produto.....	718
3.3.4.2	Restituição imediata da quantia paga .....	719
3.3.4.3	Abatimento do preço.....	720
3.3.4.4	Vício de quantidade: complementação do peso ou medida .....	721
3.3.4.5	Perdas e danos.....	721
3.3.5	Eficácia da responsabilidade por vício do serviço.....	723
3.3.5.1	Reexecução do serviço.....	725
3.3.5.2	Restituição imediata da quantia paga .....	725
3.3.5.3	Abatimento do preço.....	726
3.3.5.4	Perdas e danos.....	726
3.3.6	Prazo para exercício do direito de reclamar por vícios.....	730
3.3.6.1	Espécies de prazos .....	732
3.3.6.2	Causas que obstam a fluência do prazo da garantia.....	733
3.3.7	Garantia legal e garantia contratual.....	735
3.4	Extensão da responsabilidade patrimonial do fornecedor .....	737
3.4.1	Funções da indenização no CDC.....	739
3.4.2	Desconsideração da personalidade jurídica.....	743
3.4.2.1	A desconsideração da personalidade jurídica no direito civil .....	746
3.4.2.2	A desconsideração da personalidade jurídica no CDC.....	753
3.4.2.2.1	Grupos societários e sociedades controladas.....	755
3.4.2.2.2	Sociedades consorciadas .....	757
3.4.2.2.3	Sociedades coligadas.....	757
3.4.2.2.4	A cláusula geral do artigo 28, § 5º, do CDC.....	758
<b>4.</b>	<b>Superendividamento do Consumidor.....</b>	<b>761</b>
4.1	O fenômeno do superendividamento do consumidor e as funções de uma disciplina legislativa própria.....	761
4.2	Direitos fundamentais e a proteção do consumidor em situação de superendividamento .....	763
4.3	Origens e principais características da Lei 14.181/2021 .....	765
4.4	Definição jurídica de superendividamento.....	768
4.5	Âmbito de aplicação da lei.....	770
4.6	Preservação do mínimo existencial.....	772
4.7	A prevenção ao superendividamento: deveres do fornecedor na oferta e contratação do crédito.....	774

4.7.1	Deveres de informação.....	776
4.7.2	Deveres de lealdade e cooperação.....	779
4.7.3	Deveres de cuidado.....	782
4.7.4	Sanções da violação aos deveres na oferta e contratação.....	784
4.7.4.1	Invalidade parcial ou total do contrato .....	785
4.7.4.2	Ineficácia parcial do contrato .....	785
4.7.4.3	Revisão judicial (“revisão-sanção”) .....	786
4.7.4.4	Outras sanções.....	788
4.7.5	Conexidade contratual entre contratos de consumo de produtos e serviços e contratos de crédito .....	788
4.7.6	Processo de repactuação de dívidas.....	789
4.7.6.1	Conciliação .....	791
4.7.6.2	Obrigações do consumidor .....	794
4.7.7	Processo para revisão e integração dos contratos e repactuação das dívidas remanescentes.....	795
4.7.7.1	As fases do procedimento .....	797
4.7.7.2	O plano judicial compulsório.....	797

### **PARTE III – DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCADO DE CONSUMO DIGITAL..... 799**

<b>1. O Novo Paradigma Tecnológico e o Mercado de Consumo Digital .....</b>	<b>801</b>
1.1 As transformações do mercado de consumo no mundo digital.....	804
1.1.1 As novas formas de oferta e contratação.....	807
1.1.1.1 Comércio eletrônico .....	807
1.1.1.2 Fornecimento por plataforma digital.....	809
1.1.1.3 Contratos inteligentes ( <i>Smart contracts</i> ).....	817
1.1.2 Os novos produtos e serviços .....	820
1.1.2.1 Bens digitais .....	820
1.1.2.2 Internet das coisas .....	824
1.1.2.3 Inteligência artificial .....	827
1.2. Repercussão do novo paradigma tecnológico da digitalização sobre o direito do consumidor.....	833
1.2.1 Aproximação das categorias de produto e serviço.....	834
1.2.2 Os novos riscos e os regimes de responsabilidade dos fornecedores ...	838
1.2.3 Novos métodos de solução de disputas (resolução de disputas on-line).....	839
<b>2. O Direito do Consumidor e a Disciplina Jurídica da Internet.....</b>	<b>845</b>
2.1 Os princípios da disciplina da internet no Brasil e os direitos do consumidor ...	846
2.2 Direitos básicos do consumidor no acesso à internet.....	847

2.3	Proteção do usuário de internet e intervenção na autonomia contratual das partes .....	848
2.4	Formação de bancos de dados com informações de usuários da internet .....	849
<b>3.</b>	<b>A Proteção de Dados Pessoais e o Direito do Consumidor .....</b>	<b>851</b>
3.1	A proteção de dados pessoais e sua repercussão no mercado de consumo.....	852
3.2	A Lei Geral de Proteção de Dados e o Código de Defesa do Consumidor .....	855
3.3	Os princípios da LGPD e o direito do consumidor.....	856
3.3.1	Boa-fé.....	856
3.3.2	Finalidade.....	858
3.3.3	Adequação.....	863
3.3.4	Necessidade.....	863
3.3.5	Livre acesso.....	864
3.3.6	Qualidade dos dados .....	865
3.3.7	Transparência .....	866
3.3.8	Segurança .....	867
3.3.9	Prevenção.....	867
3.3.10	Não discriminação.....	868
3.3.11	Responsabilização e prestação de contas .....	871
3.4	A disciplina legal especial dos bancos de dados de proteção ao crédito.....	871
3.5	A Autoridade Nacional de Proteção de Dados e o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.....	872
3.6	Fundamento legal para o tratamento de dados pessoais de consumidores.....	875
3.6.1	O consentimento .....	876
3.6.1.1	Requisitos substanciais e formais do consentimento .....	881
3.6.1.2	Ônus da prova do consentimento.....	883
3.6.2	O cumprimento de obrigação legal ou regulatória.....	883
3.6.2.1	Alteração do fundamento legal para tratamento de dados obtidos por consentimento do titular .....	885
3.6.3	A execução de contrato ou de procedimentos preliminares ao contrato ....	885
3.6.4	O exercício regular de direitos em processo judicial, administrativo ou arbitral .....	886
3.6.5	A proteção da vida ou da incolumidade física do titular ou de terceiro .....	887
3.6.6	A tutela da saúde em procedimento realizado por profissionais de saúde, serviços de saúde ou autoridade sanitária .....	888
3.6.7	Interesses legítimos do controlador ou de terceiro.....	888
3.6.8	Tratamento para proteção do crédito.....	893
3.6.9	Dados pessoais de acesso público e/ou tornados públicos pelo titular ....	894

3.6.10	Outras hipóteses .....	896
3.6.10.1	O tratamento de dados pela Administração Pública .....	896
3.6.10.2	Realização de estudos por órgão de pesquisa .....	896
3.7	Direitos subjetivos do titular dos dados .....	898
3.7.1	Confirmação da existência de tratamento .....	898
3.7.2	Acesso aos dados .....	899
3.7.3	Correção dos dados .....	900
3.7.4	Anonimização .....	901
3.7.5	Portabilidade .....	901
3.7.6	Eliminação dos dados .....	902
3.7.7	Informação sobre compartilhamento .....	903
3.7.8	Revogação do consentimento .....	903
3.8	Disciplina especial da proteção de dados pessoais sensíveis do consumidor .....	903
3.9	Disciplina especial da proteção de dados de crianças e adolescentes .....	905
3.10	Responsabilidade pelos danos aos consumidores quanto ao tratamento indevido de dados pessoais .....	905
<b>4</b>	<b>Contratos de Consumo Digital .....</b>	<b>909</b>
4.1	Equivalência funcional .....	911
4.2	Fornecedores de serviços no ambiente virtual: os provedores de internet .....	912
4.2.1	Os provedores de aplicações de internet e o fornecimento de produtos e serviços .....	914
4.2.1.1	Aplicativos e sua comercialização .....	916
4.2.1.2	Redes sociais .....	918
4.2.1.3	Metaverso e gamificação .....	920
4.2.1.4	O conteúdo do contrato de consumo nas aplicações de internet: termos de uso e condições gerais contratuais .....	923
4.2.2	Provedores de conexão .....	927
4.3	Aspectos distintivos do contrato de consumo digital .....	929
4.4	O dever de informar nos contratos de consumo digitais .....	931
4.5	Dever de informar e formação do contrato de consumo digital .....	934
4.6	Inadimplemento do contrato de consumo digital .....	939
4.7	Provedores de intermediação e responsabilidade contratual .....	940
4.8	Provedores de intermediação e promoção de compras coletivas pela internet .....	943
4.9	Provedores de intermediação e consumo colaborativo: a economia do compartilhamento na internet .....	945
4.10	Responsabilidade do fornecedor pelo fato do produto e do serviço na internet .....	949
4.11	Responsabilidade dos provedores de internet por conteúdo gerado por terceiros na Lei 12.965/2014 (o denominado “Marco Civil da Internet”) .....	955

<b>PARTE IV – DIREITO PROCESSUAL DO CONSUMIDOR.....</b>	<b>961</b>
<b>1. Tutela Processual do Consumidor .....</b>	<b>963</b>
1.1 Noções introdutórias.....	965
1.2 Estágio atual do processo civil brasileiro e sua repercussão no direito do consumidor: o Código de Processo Civil de 2015.....	967
1.3 Dimensão processual dos direitos básicos do consumidor .....	971
1.3.1 Acesso à Justiça.....	971
1.3.1.1 Jurisdição internacional e foro do domicílio do consumidor...	973
1.3.1.2 Cláusula de eleição de foro.....	974
1.3.1.3 Foro do domicílio do consumidor e juízo universal na falência do fornecedor.....	975
1.3.2 Facilitação da defesa: distribuição e inversão do ônus da prova .....	977
1.3.3 Efetividade do processo.....	984
1.3.4 Métodos de autocomposição e meios alternativos de solução de conflitos.....	987
1.3.4.1 Mediação e conciliação .....	988
1.3.4.2 Arbitragem de consumo .....	991
<b>2. Dimensão Coletiva da Tutela do Consumidor.....</b>	<b>995</b>
2.1 Tutela coletiva do consumidor.....	995
2.2 Nova classificação dos direitos subjetivos e sua tutela processual.....	996
2.2.1 Interesses ou direitos difusos .....	998
2.2.2 Interesses ou direitos coletivos.....	999
2.2.3 Interesses ou direitos individuais homogêneos.....	1000
2.3 Tutela coletiva no CDC e na Lei da Ação Civil Pública.....	1002
2.4 Legitimidade processual para defesa coletiva do consumidor.....	1003
2.4.1 Ministério Público.....	1009
2.4.1.1 Ministério Público e defesa dos interesses individuais homogêneos.....	1010
2.4.1.2 Procedimentos extraprocessuais do Ministério Público .....	1012
2.4.1.2.1 Inquérito civil .....	1012
2.4.1.2.2 Audiências públicas .....	1014
2.4.2 União, Estados, Municípios e Distrito Federal.....	1015
2.4.3 Entidades ou órgãos da Administração Pública.....	1016
2.4.4 Associações de consumidores .....	1019
2.4.4.1 Requisito da pré-constituição de um ano.....	1021
2.4.4.2 Representatividade adequada.....	1022
2.4.5 Compromisso de ajustamento.....	1023



2.5	Ações coletivas para defesa de direitos individuais homogêneos .....	1026
2.5.1	Competência.....	1029
2.5.2	Eficácia da decisão em caso de procedência do pedido.....	1031
2.5.3	Eficácia da decisão em caso de improcedência do pedido .....	1033
2.5.4	Liquidação e execução da sentença .....	1034
2.5.5	Prazo prescricional e ações coletivas.....	1037
2.6	Coisa julgada nas ações coletivas .....	1039
2.6.1	Coisa julgada nas ações coletivas para defesa de direitos ou interesses difusos.....	1041
2.6.2	Coisa julgada nas ações coletivas para defesa de direitos ou interesses coletivos.....	1042
2.6.3	Coisa julgada nas ações coletivas para defesa de direitos ou interesses individuais homogêneos.....	1043
2.6.4	Coisa julgada <i>in utilibus</i> .....	1044
2.6.5	Competência do juízo e efeitos da coisa julgada .....	1045
2.6.6	Concomitância de ações coletivas .....	1046
2.6.7	Custas processuais e honorários profissionais (advocáticos e periciais).....	1047
2.7	Dimensão coletiva e tutela individual do consumidor: julgamento de casos repetitivos.....	1049
2.7.1	Incidente de resolução de demandas repetitivas .....	1053
2.7.2	Recursos especial e extraordinário repetitivos.....	1056
<b>3.</b>	<b>Efetividade da Tutela dos Direitos dos Consumidores.....</b>	<b>1059</b>
3.1	Ação de cumprimento específico da obrigação .....	1060
3.1.1	Disciplina específica do CDC e o Código de Processo Civil de 2015 .....	1062
3.1.2	Tutela inibitória específica .....	1065
3.2	Ação de responsabilidade civil do fornecedor.....	1067
3.3	Incidente de descon sideração da personalidade jurídica.....	1069
3.4	Produção antecipada da prova e exibição de documentos .....	1071
3.5	Ações revisionais no direito do consumidor .....	1074
3.6	Ação de exigir contas .....	1076
	<b>PARTE V – PROTEÇÃO ADMINISTRATIVA DO CONSUMIDOR .....</b>	<b>1079</b>
<b>1.</b>	<b>A Administração Pública e a Defesa do Consumidor.....</b>	<b>1081</b>
1.1	Agências reguladoras e defesa do consumidor.....	1082
1.2	Exercício do poder de polícia e defesa do consumidor .....	1085
1.3	Procedimento administrativo de <i>recall</i> .....	1093

<b>2. O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor</b> .....	1099
2.1 Composição .....	1100
2.2 Competência.....	1104
2.3 Competência concorrente dos órgãos do SNDC .....	1108
<b>3. A Regulação Administrativa dos Serviços Públicos e o Direito do Consumidor</b> .....	1119
3.1 A regulação administrativa dos serviços públicos.....	1121
3.2 Marcos regulatórios e direito do consumidor .....	1127
3.2.1 Marcos regulatórios gerais.....	1130
3.2.2 Marcos regulatórios setoriais.....	1133
<b>4. Sanções Administrativas: Gênese e Aplicação</b> .....	1135
4.1 Sanções objetivas .....	1138
4.2 Sanções subjetivas.....	1141
4.3 Sanções pecuniárias .....	1143
<b>PARTE VI – DIREITO PENAL DO CONSUMIDOR</b> .....	1147
<b>1. Função do Direito Penal na Repressão aos Crimes contra as Relações de Consumo</b> .....	1153
<b>2. Tipologia dos Crimes contra as Relações de Consumo: CDC e Lei 8.137/1990</b> .....	1155
2.1 Os tipos penais na Lei 8.137/1990.....	1159
2.1.1 Favorecimento ou preferência, sem justa causa, de comprador ou freguês.....	1160
2.1.2 Venda ou exposição à venda de mercadoria com embalagem ou especificações em desacordo com as prescrições legais.....	1161
2.1.3 Mistura de gêneros e mercadorias de espécies diferentes, para venda ou exposição como puros ou de mais alto custo.....	1162
2.1.4 Fraude a preços.....	1163
2.1.5 Elevação indevida do valor cobrado nas vendas a prazo.....	1164
2.1.6 Sonegação de insumos ou bens para fins de sonegação.....	1165
2.1.7 Indução do consumidor ou usuário a erro .....	1166
2.1.8 Destruição, inutilização ou dano de matéria-prima ou mercadoria para provocar alta de preço.....	1168
2.1.9 Venda, depósito ou exposição para venda de mercadoria ou matéria-prima impróprias para o consumo.....	1168
2.2 Competência para processar e julgar os crimes contra as relações de consumo .....	1172
<b>3. Tipos Penais no Código de Defesa do Consumidor</b> .....	1175
3.1 Omissão de dizeres ou sinais ostensivos e de alerta sobre a nocividade ou periculosidade do produto.....	1175

3.2	Omissão de comunicação e de retirada do produto nocivo ou perigoso do mercado.....	1177
3.3	Execução de serviço de alto grau de periculosidade sem autorização .....	1179
3.4	Afirmção falsa ou enganosa, ou omissão de informação relativa a produto ou serviço.....	1181
3.5	Promoção de publicidade enganosa ou abusiva.....	1183
3.6	Promoção de publicidade prejudicial ou perigosa.....	1185
3.7	Omissão na organização de dados relativos à publicidade .....	1187
3.8	Emprego de componentes usados sem autorização do consumidor.....	1188
3.9	Cobrança abusiva de dívidas.....	1189
3.10	Impedimento ou obstáculo de acesso a informações.....	1191
3.11	Omissão na correção de dados.....	1192
3.12	Omissão na entrega de termo de garantia .....	1193
<b>4.</b>	<b>Circunstâncias Agravantes e Atenuantes .....</b>	<b>1195</b>
<b>5.</b>	<b>Outras Penalidades e Penas Restritivas de Direitos.....</b>	<b>1197</b>
<b>6.</b>	<b>Responsabilidade dos Dirigentes e Outras Pessoas que Concorrem para o Crime.....</b>	<b>1201</b>
<b>7.</b>	<b>Assistência e Ação Penal Subsidiária nos Crimes contra as Relações de Consumo.....</b>	<b>1203</b>
	<b>Bibliografia .....</b>	<b>1205</b>